

## Trabalho apresentado no 26º CBCENF

**Título:** AVALIAÇÃO DAS CAMPANHAS PREVENTIVAS DO CÂNCER DE MAMA "OUTUBRO ROSA " DE 2012 A 2022

**Relatoria:** SOFIA DE MORAES ARNALDO  
PÂMELA TIALA DE MORAES ARNALDO

**Autores:** JOÃO EGÍDIO GONÇALVES RODRIGUES  
GLEICIANY TEIXEIRA COSTA

**Modalidade:** Pôster

**Área:** Eixo 1: Assistência, gestão, ensino e pesquisa em Enfermagem

**Tipo:** Pesquisa

**Resumo:**

Introdução: O câncer na mama é o tipo mais frequente em mulheres de todo o mundo, responsável por 24,5% dos novos casos. Apesar das campanhas e variadas formas de tratamento existentes, ele ainda é responsável pela maior taxa de mortalidade por câncer entre as mulheres. Em outubro de 2008, diversas entidades relacionadas ao câncer de mama iluminaram de rosa monumentos e prédios em suas respectivas cidades, iniciativa que foi repetida em outubro de 2009; e, desde 2010, o Instituto Nacional do Câncer promove espaços de discussão, divulgação e disponibilização de materiais informativos para a sociedade sobre a patologia. Mas, afinal, o que se espera alcançar com essas campanhas? Existe adequação linguística? Quem é o público alvo no que se refere à faixa de idade, aspectos socioculturais e identidade de gênero? Objetivo: Avaliar os temas abordados nas campanhas "Outubro Rosa" de prevenção do câncer de mama de 2012 a 2022. Métodos: Tratou-se de uma pesquisa documental do tipo netnografia, realizada em abril de 2023, com visita ao site do Instituto Nacional do Câncer na busca de campanhas "Outubro Rosa" de prevenção do câncer de mama de 2012 a 2022. Foram selecionados os cartazes, catalogados por ano, título das campanhas, signos visuais e não-visuais, núcleos de sentido e eixos temáticos, descritos e comparados em quadro analítico. Resultado: No intervalo de 10 anos, 07 cartazes foram selecionados. Os eixos temáticos que emergiram foram: "Prevenção" e "Reconhecimento do problema". Conclusão: As campanhas apontaram dois eixos temáticos diferentes com o mesmo intuito preventivo, por meio da utilização de títulos, signos visuais e não-visuais e estratégias de comunicação injuntivas adotadas ao longo do tempo. As imagens utilizadas denotaram a linguagem da ideia de pluralidade feminina, da necessidade de se reconhecer como peça fundamental na identificação do problema e procura pelo tratamento precoce.